



USAL

UNIVERSIDAD DEL SALVADOR

Ciencia a la mente y virtud al corazón

Estudio descriptivo acerca de la modalidad de uso de Instagram y su impacto en la autoestima

En jóvenes hombres y mujeres de 20 a 28 años de la Ciudad de Buenos Aires



Profesora titular: Dra. Marta Guberman

Tutora: Lic. María Teresa Ravagna

Fecha de entrega:

Alumna: Bárbara Lucía Dell Aquila

Agradecimientos

Mi profundo agradecimiento a mi pareja, amigos y familiares por el apoyo en esta etapa



Instagram es una red social que nos permite comunicarnos socialmente y puede ser usada como una herramienta de entretenimiento. Debido a su crecimiento notorio en los últimos años.

Mi profundo agradecimiento a mi pareja, amigos y familiares por el apoyo en esta etapa decisiva de la carrera y en este proceso de trabajo tan arduo.

A Inés y Paola por la ayuda.

A Marta por acompañarme en todos mis procesos educativos.

A los participantes voluntarios ya que sin ellos no hubiese sido posible realizar el estudio.

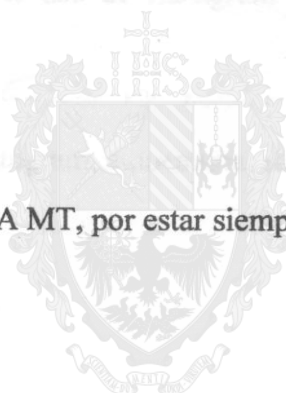
Y a la tutora por la guía y conocimientos que brindó a lo largo del cuatrimestre.

De los resultados se obtuvo que el uso de Instagram no impacta negativamente en la autoestima.

Palabras Clave: redes sociales, Instagram, interacción social.

Dedicatoria

A MT, por estar siempre brindando apoyo y contención.



USAL
UNIVERSIDAD
DEL SALVADOR

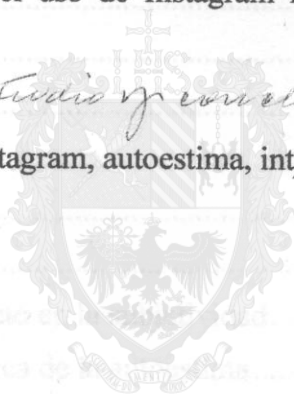
Resumen

Instagram es una red social que nos permite comunicarnos socialmente y puede ser usada como una herramienta de entretenimiento. Debido a su crecimiento notorio en los últimos años se convirtió en una de las redes sociales más utilizada por adolescentes y adultos jóvenes. Teniendo en cuenta la cantidad de tiempo que es invertido en esta red social y la gran cantidad de contenidos que ofrece, se ~~intento~~ ^{investigó} el impacto de Instagram en la autoestima de hombres y mujeres de 20 a 28 años en la Ciudad de Buenos Aires. Se contó con 83 participantes, 23 hombres y 60 mujeres a los cuales se les administró la escala de Rosenberg (1965) traducida y adaptada por Casullo (2009) y un cuestionario ^{ad hoc} para indagar sobre el uso y la inversión que le dan a Instagram.

De los resultados se obtuvo que el uso de Instagram no impacta negativamente en la autoestima.

Incluir tipo de estudio y conclusiones más

Palabras Clave: redes sociales, instagram, autoestima, interacción social *experiencias*



USAL
UNIVERSIDAD
DEL SALVADOR

ÍNDICE

3. CONCLUSIONES	45
3.1 Reflexiones y propuestas	47
3.2 Reflexión personal	48
4. BIBLIOGRAFIA	49
ANEXO	52
1. INTRODUCCIÓN	7
1.1. Planteo del problema	7
1.2 Justificación	8
1.3 Objetivos de la investigación	9
1.3.1 Objetivo general	9
1.3.2 Objetivos específicos	9
1.4 Hipótesis	10
2. DESAROLLO	11
2.1 Estado del arte	11
2.2 Marco Teórico	13
2.2.1 Redes sociales	13
2.2.2 Instagram	15
2.2.3 Redes sociales y el impacto en la subjetividad	16
2.2.4 Conceptualizaciones acerca de la autoestima	17
2.3 Metodología	22
2.3.1 Condiciones de viabilidad y factibilidad	22
2.3.2 Condiciones éticas	22
2.3.3 Tipo de estudio	22
2.3.4 Diseño de investigación	22
2.3.5 Encuadre Metodológico	23
2.3.6 Muestra	23
2.3.7 Variables	23
2.3.9 Relevamiento y análisis de datos	33
2.3.9.1 Uso de Instagram	35
2.3.9.2 Influencia del uso de Instagram en la autoestima	38
2.3.9.3 Autoestima de la muestra	42
2.3.9.4 Correlación entre la frecuencia de uso y la autoestima	43
2.3.9.5 Diferencia entre hombres y mujeres	44